KFI創立45周年記念

日米食品流通シンポジウム

U.S.-Japan Food Distribution Symposium

セブン＆アイグループの概要と
セブン-イレブン・ジャパンの経営戦略

2018年6月7日

株式会社セブン＆アイ・ホールディングス
代表取締役社長　井 阪　隆 一

セブン＆アイグループの概要

セブン＆アイHLDGS.

総合スーパー

◆イトーヨーカ堂(IY)

コンビニエンスストア

◆セブン-イレブン・ジャパン(SEJ)
◆7-Eleven,Inc.
◆SEVEN-ELEVEN HAWAII, INC.

百貨店

◆そごう・西武

食品スーパー

◆ヨークベニマル
◆ヨークマート

グループ売上
11兆482億円

日米を中心に
約31,000店舗を展開
（日本 約22,000店舗）

1日3,600万人のお客様

2018年2月期

フードサービス

◆セブン＆アイ・フードシステムズ

金融サービス

◆セブン銀行

IT／サービス

◆セブン＆アイ ネットメディア
◆セブンネットショッピング
◆セブン・ミールサービス

専門店

◆ロフト
◆赤ちゃん本舗
◆バーニーズジャパン

関連会社

◆Francfranc
◆タワーレコード

その他

◆セブン＆アイ・クリエイトリンク

世界17の国と地域に66,043店の店舗を展開

セブン&アイHLDGS.

※18年3月末現在

日本 20,286店	アメリカ 9,451店	タイ 10,533店	韓国 9,294店
台湾 5,245店	中国 2,630店	メキシコ 1,800店	マレーシア 2,235店
フィリピン 2,329店	オーストラリア 678店	カナダ 641店	シンガポール 372店
スウェーデン 187店	デンマーク 183店	アラブ 首長国連邦 13店	ノルウェー 152店
ベトナム 14店			

セブン-イレブン・ジャパンの成長を糧に、各国店舗の質を高めるとともに出店エリアも拡充し、世界のセブン-イレブンブランド向上へ

セブン＆アイグループが目指す持続可能な未来

重点課題の特定プロセス

国内外の社会課題から、事業と関連性の高い33項目を抽出

▼

ステークホルダーとの対話
（お客様、お取引先、株主・投資家、従業員）

▼

専門家とグループ経営陣との対話

▼

「**重点課題**」を特定

5つの重点課題とSDGs

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS
世界を変えるための17の目標

重点課題1　高齢化、人口減少時代の社会インフラの提供

重点課題2　商品や店舗を通じた安全・安心の提供

重点課題3　商品、原材料、エネルギーのムダのない利用

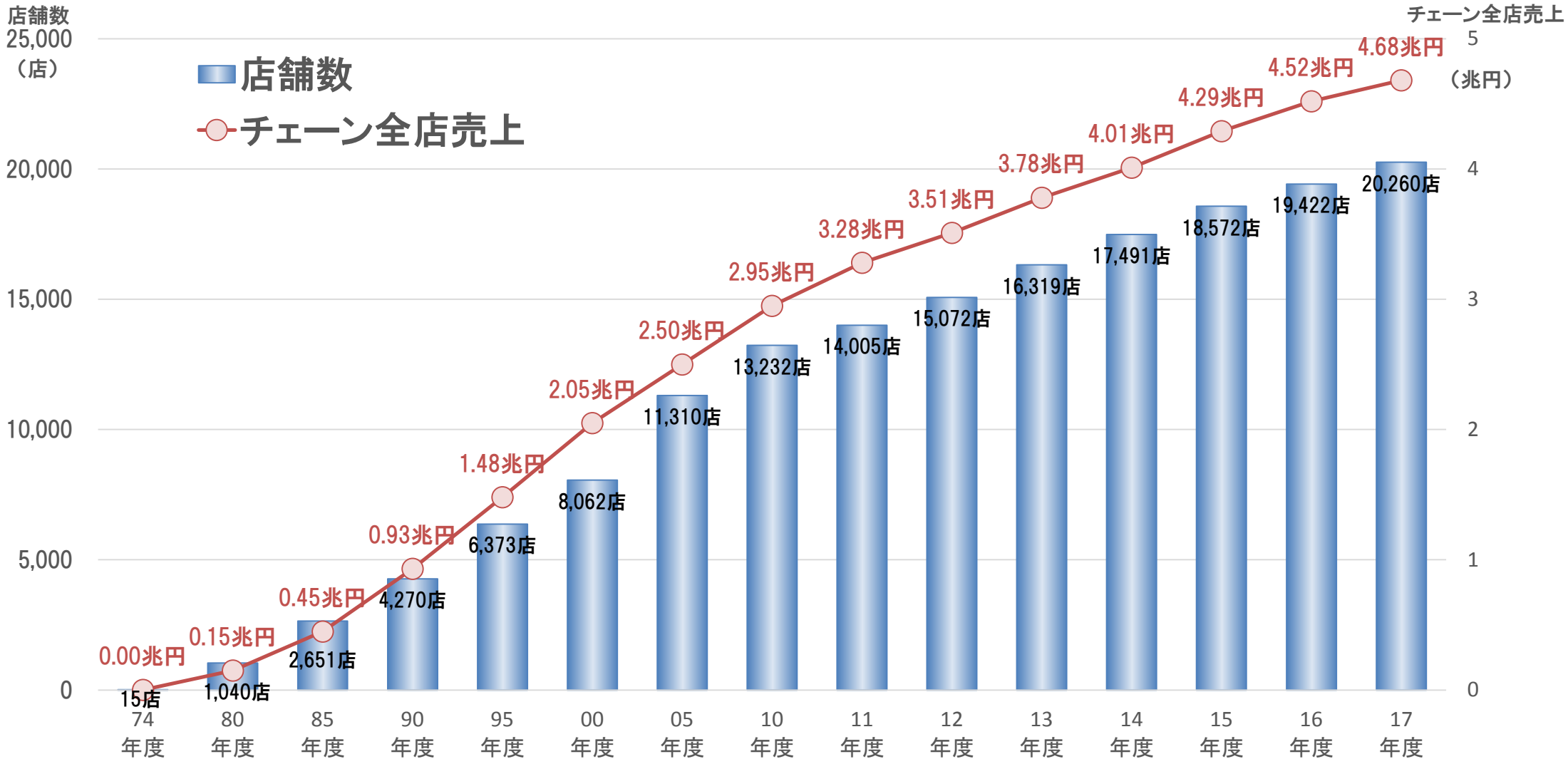
重点課題4　社内外の女性、若者、高齢者の活躍支援

重点課題5　お客様、お取引先を巻き込んだエシカルな社会づくりと資源の持続可能性向上

セブン-イレブン・ジャパン(SEJ)の経営戦略について

SEJ　チェーン全店売上・店舗数推移

セブン&アイHLDGS.



17年度客数実績	1日あたり全国合計客数	年間総来店客数
	約2,040万人	約74.4億人

セブン-イレブンを取り巻く環境変化

		1977年		17年
少子高齢化	65歳以上の人口構成比 ※総務省「国勢調査」	8.37%	↗	27.7%
単身・2人世帯の増加	単身・2人世帯数構成比 ※総務省「国勢調査」	1980年 33.3%	↗	15年 62.4%
働く女性比率の上昇	20～64歳女性の就業率 ※総務省「労働力調査」	53.4%	↗	69.4%
小売店舗数の減少	小売業全産業の店舗数 ※経済産業省「商業統計」	1982年 172万店	↘	16年 99万店

環境変化への対応（プライベート商品、移動販売等）

グループ PB商品
「セブンプレミアム」

- 売上：1兆3,200億円
- アイテム数： 3,900アイテム
- 1アイテム当たり年間売上： 3.4億円
- 年間10億円以上の商品：
  243アイテム（2017年度）

セブンミール

- お食事お届けサービス
- 管理栄養士監修による
  健康的な弁当や惣菜、野菜等
- 高齢者や共働きの主婦に
  人気

移動販売

- 軽トラックや超小型電気自動車
  による移動販売

環境変化への対応（品揃えの見直し）

・従来は、おにぎりや弁当など即食性の高い商品を中心とした品揃え
・09年秋以降は、品揃えの幅を拡充し「近くて便利」なお店の実現へ

流通小売業を取り巻く環境変化

◆デジタル革命
EC・IT企業の台頭

◆決済手段の多様化

◆国内の変化要因

◆小売業の変化要因

変化のスピードとその内容ともに「100年に1度」の大変革期

1日2,300万人の来店客

22,000店のリアル店舗

セブン＆アイグループの持つ資源・強みを活かした

デジタル戦略の推進と新しい価値体験の創出

セブン&アイ　デジタル戦略

お客様の満足度向上に向けた取組み

CRM戦略

共通ID=7i D（セブンアイディ）

＋

決済サービス

Customer Engagement
お客様との関係性強化

店舗

商品（開発）

接客（人材）

お客様の満足度向上

省力化→接客の強化

生産性の向上

- RFID検品
- AI発注システム

「外部との協業」により、
小さなサイズでサービスイン

お客様サービス拡充

- ネットコンビニ
- IYフレッシュ

Customer Oriented
お客様の立場で利便性追求

Customer Experience
新しい価値体験の提供

スマートフォンアプリを活用したCRM戦略

スマートフォンアプリ、マイルプログラム展開スケジュール

18年 6月
- セブン-イレブン
- イトーヨーカ堂

18年 秋頃
- そごう・西武

19年 春頃
- ロフト
- 赤ちゃん本舗

SEVEN MILE PROGRAM

コングロマリットを活かした最適な顧客プロファイリング・レコメンデーションの実現へ

各社アプリと連動した決済サービスの開発

19年 春頃
各社アプリとの連動

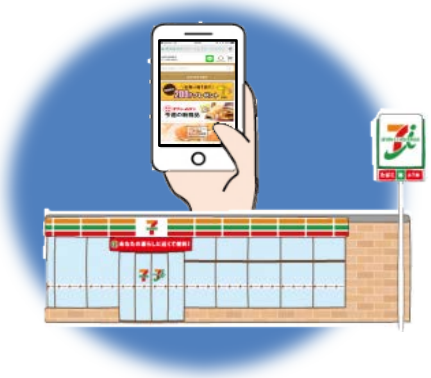
以降 順次
- 各種サービスの追加・拡充
- 利用者・加盟店の拡大

お客様サービス拡充：SEJ「ネットコンビニ」の概要

セブン&アイHLDGS.

北海道　札幌・小樽地区15店舗で実証実験開始（2017年10月～）

冬の気候が厳しい北海道、高齢化も進み買物不便者は増加
現場からの『お客様の不便を解決したい』という強い想いから実験スタート



個店の品揃えを
スマホに表示

※当面スマホのみ

スマホで注文
24時間

※5時～7時の間休止

GENieお届け
配達料**216円**（込）
1千円以上の注文から
3千円で配達**無料**

※価格は北海道地区

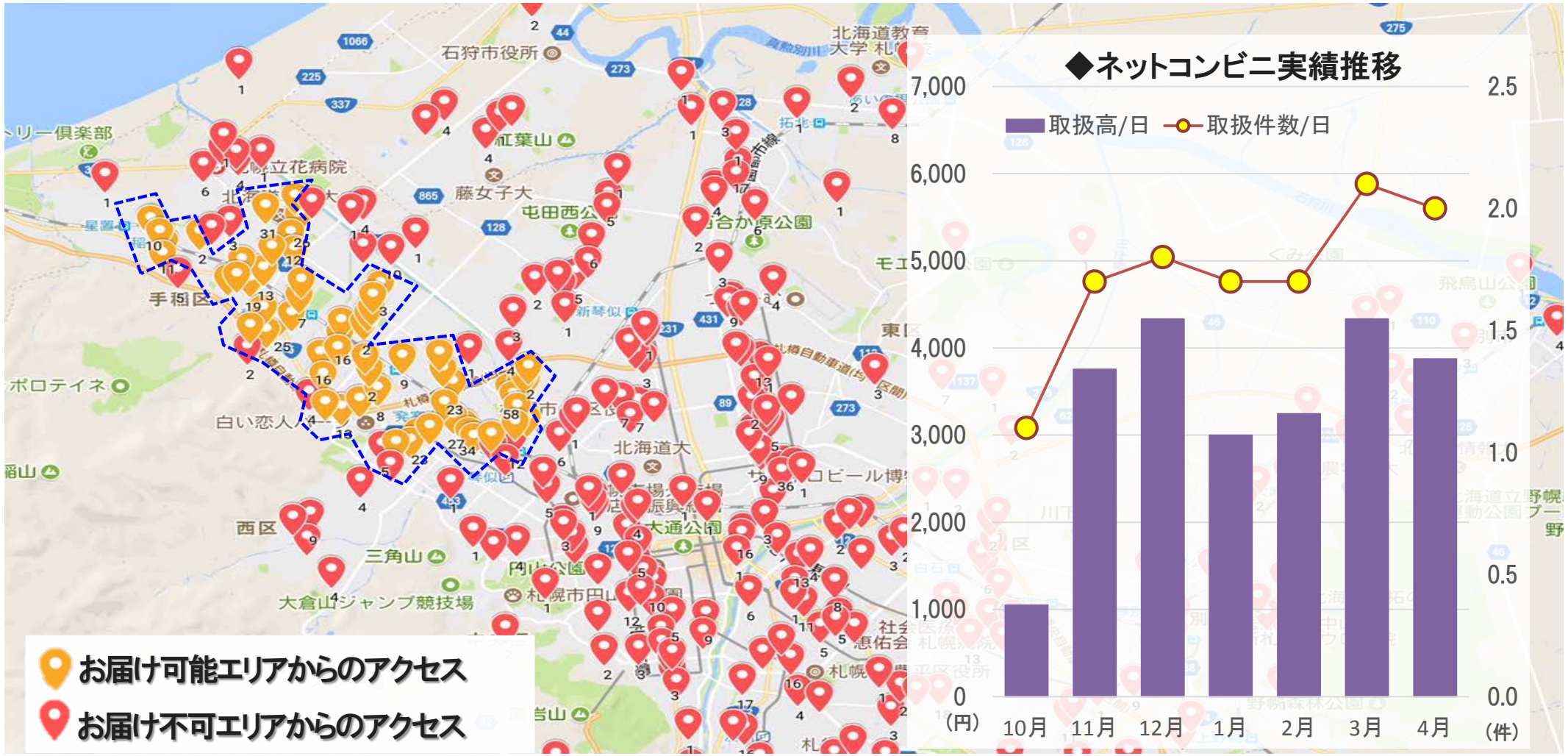
受取り
11時～**20時**
1時間毎指定
最短2時間後

※一部地域にて
10時～21時

SEJ 「ネットコンビニ」の可能性

セブン&アイHLDGS.

◆お客様からのサイトアクセス地点（1月末時点）



お届け可能エリア以外からのアクセスが多く、サービスに対する期待が高い。
現在25店舗で展開し、19年度上期に北海道全店（1,000店舗）、下期以降に全国に順次推奨予定

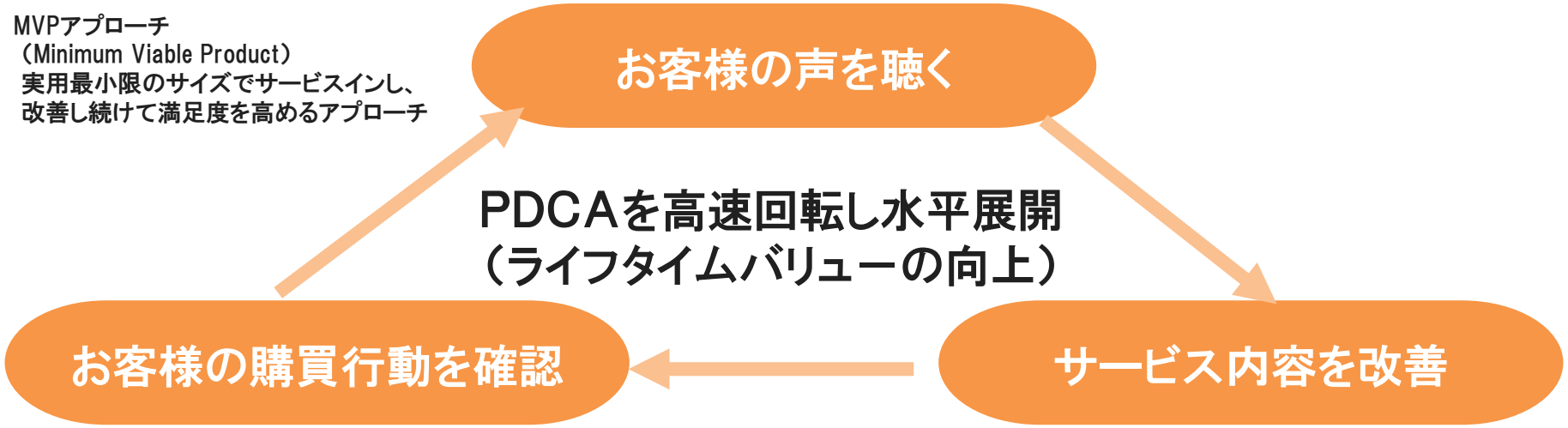
お客様の満足度向上に向けた取組み

セブン&アイHLDGS.

◆セブン-イレブン「ネットコンビニ」の事例から

「デジタル・ITの活用」「外部との協業」により、小さなサイズで
サービスイン（MVPアプローチ）*し、PDCAを高速回転し水平展開

＊ MVPアプローチ
（Minimum Viable Product）
実用最小限のサイズでサービスインし、
改善し続けて満足度を高めるアプローチ



CRM戦略はレコメンドのためだけではなく、お客様の声・行動を、
新たな商品・サービスの開発と、次のPDCAに活用し、
1人1人のお客様に魅力的な購買体験を提供

外部企業との連携も積極的に進めてまいります

持続的な成長を目指して

創業以来の企業理念(社是)、基本方針(スローガン)は不変の精神

『信頼と誠実』

変化への対応と基本の徹底

イノベーションは積極的に取り入れてまいります